

令和2年度 第1回 栗東市観光振興会議 次第

日時：令和2年8月24日（月）
15時00分～
場所：栗東市危機管理センター2階
防災研修室

1. 開 会

2. 市民憲章唱和

3. あいさつ

4. 案 件

(1) 令和2年度スケジュール・・・資料1

(2) マーケティング計画策定及び KPI 設定の基本的な考え方・・・資料2

・市の KPI の設定に向けたアンケートについて・・・資料3・4

・マーケティング調査について

(3) その他

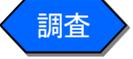
5. 閉 会

市 民 憲 章

わたくしたちは、緑と文化のまち栗東市の住民であることに喜びと誇りをもって、この憲章を定め、あすへの繁栄と幸福を願い、進んでこれを守ります。

1. 自然を愛し、きれいなまちをつくりましょう。
1. 教養を高め、豊かな文化の創造につとめましょう。
1. 若い力を伸ばし、すこやかな青少年を育てましょう。
1. 心とからだを鍛え、幸せな家庭をつくりましょう。
1. 隣人互いに助け合い、住みよいまちをきずきましょう。

令和2年度スケジュール（案）

	令和2年度										令和3年度	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
観光振興会議	 <ul style="list-style-type: none"> 今後のスケジュール 令和2年度の事業 				 <ul style="list-style-type: none"> 今年度の進捗状況 				 <ul style="list-style-type: none"> 今年度の進捗状況 今後のスケジュール 観光案内所の運営報告 			
	 委員委嘱（第1期）										 委員委嘱（第2期）	
マーケティング計画 調査・策定											 調査	
アンケート調査				 調査・KPI 設定								
市				 予算編成								

マーケティング計画策定及び K P I 設定のための基本的な考え方 (案)

今般決定した「栗東市観光振興ビジョン」における基本事業に記載の「調査やデータに基づいたマーケティング」(p. 21)に基づき、マーケティング計画の立案と実施を行います。また、K P I を伴った計画策定であるため、指標となる項目を調査するためのアンケートを行います。

■ K P I の設定について

K P I は、(1)「栗東市観光振興ビジョン」全体のプロセス・成果の管理 (2) マーケティング計画の進捗・成果管理——の 2 つの層に分けて設定します。

(1) ビジョン全体を評価するための K P I (K P I ①)

「6. ビジョンの推進体制」(P. 25)に基づき、観光振興ビジョンを実行するに当たってのプロセスおよび成果の評価は観光振興会議が行うこととなっています。同会議が適切に経年的評価を行うためには、プロセスおよび成果を計測するためのなんらかの指標(すなわち K P I)が必要です。どのような K P I を設定することが適切であるかを調査するため、栗東市が主体となり、市民および市内外からの観光客に向けてアンケート調査(次項)を行います。

(2) マーケティング活動を評価するための K P I (K P I ②)

マーケティング計画の策定にあたっては、「ビジョン運営組織」が自己点検のための K P I を設定し、マーケティング活動の進捗や成果を自ら管理します。(p. 21)

■ マーケティング計画について

令和 2 年度から 3 年度は、新たに設けられる「ビジョン運営組織」が中心となり、民間ベースでマーケティング計画の策定を行います。(p. 21 表の②)

一方、行政として先行して取り組むべき事業や必要な施設整備などについては、この計画の策定を待たず栗東市が 2 年度中から進めていきます。

■ K P I ① を設定するためのアンケート調査

1. 認知度、魅力度、関心度を定量的に計測するためのアンケート

調査内容	・市外の方から見た栗東市の認知度 ・市内の住民が思う栗東市の観光に対する関心度・魅力度の調査
調査方法	インターネット調査事業者(例・楽天インサイト社、マクロミル社など)のサービスを活用し、層化ランダムサンプリングによる W e b 調査を行う。自由記述を伴わない選択式回答とし、経年変化を把握できるようにする。設問および選択肢は調査対象ごとに調整する。

2. 市内来訪者の質的行動を把握するためのアンケート

調査内容	栗東市の観光に対する関心度・魅力度の調査を行う。
調査方法	栗東観光案内所の窓口に立ち寄られた人やイベント会場に訪れた人、および市内主要事業所を訪問した人を対象に、自由記述を重視した質問紙(紙ベースのアンケート)を行う。

市の KPI の設定に向けたアンケート調査（案）について

○市内在住者向けのアンケート調査

- ・ 調査目的：市内施設に訪れた方に対して、栗東の観光に対する関心度・魅力度等の調査を行い、KPI（指標）として設定し、ビジョンの効果を評価できるようにするため。
- ・ 調査方法：栗東市内の施設を利用された方に対してアンケートを配布し、その場で回答できるようにする。
または、QR を用紙に記載して、ネットでも回答可能とする。（市 HP のアンケートフォームで回答できるようにする。）
- ◆対象施設：図書館（本館）、西図書館、アグリ郷、田舎の元気や、栗東体育館、野洲川体育館、こんぜの里、各コミセン等（今後交渉）
- ・ 調査範囲：栗東市民
- ◆目標値：有効回答サンプル300件
- ◆実施期間：1か月（秋から冬）
- ◆謝礼：今後要検討
- ※◆は今後変更の可能性あり

- ・ 設 問：基礎情報－性別、年代、市内在住か否か、同居している18歳未満の子供の有無
聞取項目－①あなたは市内の観光スポットをどのくらい知っていますか
②市外または県外の方に紹介したい市内の観光スポットやお店等は何か所くらいありますか
③市内の観光スポットに行く場合どこが一番多いですか
④その施設についてどのくらい知っていますか
⑤市内の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか
⑥1年以内で市内の観光スポットにどのくらい行きましたか
⑦市外または県外の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか
⑧1年以内で市外または県外の観光スポットにどのくらい行きましたか
⑨栗東市内で観光客と思われる人をどのくらい見かけますか
⑩栗東市の観光は充実していると思いますか
⑪栗東市は観光PRが十分されていると思いますか。

○アンケート後

- ・ 回答されたデータの集計及び分析を行い結果をまとめる。
- ・ 回答されたデータを元にして、KPIによるビジョン全体を評価できるようにする。

データ変化	想定指標
<p>①あなたは市内の観光スポットをどのくらい知っていますか。 →市内の観光スポットの認知度がどう変化しているかで市民の観光スポットに対する愛着度等を比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業3)</p>	「観光地の認知度」
<p>②市外または県外の方に紹介したい市内の観光スポットやお店等は何か所くらいありますか。 →観光スポットや商品、特産品の認知等がどう変化しているかや市民の施設やお店への愛着度を比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業4)</p>	「観光の愛着度」
<p>③市内の観光スポットに行く場合どこが一番多いですか。 →市内の観光スポットがどう変化しているかを比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業4)</p>	「観光スポットの人気度」
<p>④その施設についてどのくらい知っていますか。 →市民の市に対する愛着度や知識がどう変化しているかを比較できる。(観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業4)</p>	「市への愛着度」 「市への知識度」
<p>⑤市内の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか。 →頻度を聞くことで観光スポットの訪問度、浸透度を比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業2)</p>	「観光スポットの認知度」 「観光スポットの利用度」
<p>⑥1年以内で市内の観光スポットにどのくらい行きましたか。 →市民の市内観光スポットの利用度の変化で内需型がどう変化しているか比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業4)</p>	「観光地の認知度」
<p>⑦市外または県外の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか。 →頻度を確認することで観光に対しての意識調査を行うことができる。(観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業2)</p>	「観光回数の数値」 「観光の利用度」
<p>⑧1年以内で市外または県外の観光スポットにはどのくらい行きましたか。 →市民の観光に対する意識がどう変化しているかを比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業1)</p>	「観光に対して意識度」
<p>⑨栗東市内で観光客と思われる人をどのくらい見かけますか(県外ナンバーや旅行者など) →市内の観光客の増加具合を確認できる(市民が感じる観光客数) (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業2)</p>	「県外来訪者の認識数値」
<p>⑩栗東市の観光は充実していると思いますか。 →全体の観光に対しての評価がどう変化しているかを比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業3)</p>	「観光の評価度」
<p>⑪栗東市は観光PRが十分されていると思いますか。 →市のPRの仕方についての評価を比較できる。 (観光振興ビジョン基本方針Ⅱ 基本事業3)</p>	「観光の周知度」

※このアンケートはインターネットでも

回答できます。

QRコードよりお答えください。



栗東市観光調査アンケート（案）

栗東市では、市内の既存観光資源や魅力ある観光コンテンツについての関心度、魅力度等の調査を行うアンケートを実施しております。調査結果は栗東市の観光振興につながりますので、お手数をおかけしますが、ご協力をお願いします。（所要時間：5分程度）

※本アンケートにより個人が特定されることはありません。

※設問中の「観光スポット」は以下を意味します。

- ・ 公共施設（栗東歴史民俗博物館、滋賀日産リーフの森など）
- ・ 歴史街道（旧東海道、旧中山道）
- ・ 神社仏閣（金勝寺や大宝神社など）
- ・ アクティビティ（金勝山ハイキングや体験施設など）
- ・ 宿泊施設（こんぜの里森遊館やこんぜの里バンガロー村など）
- ・ 地元特産品の販売所（アグリの郷栗東、こんぜの里りっとうなど）

実施主体：栗東市役所商工観光労政課

【回答者ご自身についてお答えください】該当するものに✓または○をご記入ください

- A：性 別 女性 男性 無回答
- B：年 齢 10歳代 20歳代 30歳代 40歳代 50歳代
60歳 70歳代以上
- C：居住地域 市外
市内（金勝地区、治田地区、葉山地区、大宝地区、分からない）
- D：同居している18歳未満の子供は何人いますか
いない 1人 2人 3人以上

【観光についてお答えください】※該当するものに1つだけ✓または○をつけてください。

- E：あなたは市内の観光スポットをどのくらい知っていますか。
5～10か所以上 1～5か所以上 知らない
- F：市外または県外の方に紹介したい市内の観光スポットやお店等は何か所くらいありますか。
5～10か所以上 1～5か所以上 ない
- G：市内の観光スポットに行く場合どこが一番多いですか。
公共施設 神社仏閣 アクティビティ
宿泊施設 地元特産品の販売所
- H：その施設についてどのくらい知っていますか。
説明できるくらい知っている 簡単に説明できるくらい知っている
何となくは知っている あまり知らない 知らない

裏面へ

I：市内の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか。

- 数週間に1回程度 数か月に1回程度 数年に1回程度
行かない

J：1年以内で市内の観光スポットにどのくらい行きましたか。

- 5～10か所以上 1～5か所以上 ない

K：市外または県外の観光スポットにはどのくらいの頻度で行きますか。

- 数週間に1回程度 数か月に1回程度 数年に1回程度
行かない

L：1年以内で市外または県外の観光スポットにどのくらい行きましたか。

- 5～10か所以上 1～5か所以上 ない

M：栗東市内で観光客と思われる人をどのくらい見かけますか。(県外ナンバーや旅行者など)

- とてもよく見る よく見る たまに見る
あまり見ない 見ない

N：栗東市の観光はどのくらい充実していると思いますか。

- とても充実していると思う 少し充実していると思う
どちらともいえない あまり充実していると思わない
充実していると思わない

O：栗東市は観光PRが十分されていると思いますか。

- とても思う 少し思う どちらともいえない
あまり思わない 思わない

今後、栗東市の観光発展に何が必要だと思えますか（自由記述）

--

以上で終了となります。ご協力ありがとうございました。

観光振興ビジョンにおけるKPIの考え方 (メモ)

• Key Performance Index

- 本来計測できない価値を測るために、何か「代わりになりそうな」数量を用いて評価するという方法がある。KPIはその「代理数値」のこと。

